

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kesenjangan ekonomi masih menjadi masalah yang kompleks dan sulit untuk diatasi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain faktor struktural, kultural, dan kebijakan. Faktor struktural berkaitan dengan sistem ekonomi yang kurang adil, distribusi sumber daya yang kurang merata, dan kesempatan kerja yang terbatas. Faktor kultural berkaitan dengan budaya konsumtif dan budaya instan. Faktor kebijakan berkaitan dengan kebijakan-kebijakan yang tidak adil, seperti kebijakan pajak yang tidak progresif.

Untuk mengatasi kesenjangan ekonomi agar perekonomian stabil harus dilakukan suatu hal seperti manajemen atau bagaimana cara mengatur dan melakukan perencanaan atau planning agar roda perekonomian setiap individu maupun kelompok tetap berjalan stabil terutama dalam hal produksinya sehingga dapat menghasilkan omset yang terus meningkat dan sesuai dengan target. Menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan, manajemen produksi membahas mengenai masalah penentuan atau penggunaan mesin-mesin, alat-alat, lay out peralatan, dan cara-cara untuk memproduksi barang atau jasa agar kualitasnya baik.¹ Kegiatan manajemen operasi atau produksi memerlukan pengetahuan yang luas karena mencakup berbagai fungsi manajemen seperti perencanaan,

¹ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 22.

pengorganisasian, pergerakan dan pengendalian. Dalam pelaksanaannya, berbagai sumber daya seperti manusia, material, modal, mesin, dan informasi diintegrasikan untuk menghasilkan barang atau jasa.

Manajemen produksi mencakup berbagai aspek, mulai dari perusahaan besar hingga industri secara keseluruhan, bahkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga dapat menerapkan prinsip-prinsip manajemen produksi. Peran strategis UMKM dalam perekonomian nasional, khususnya di Indonesia, sangat signifikan. Dengan jumlah industri yang besar dan tersebar di berbagai sektor ekonomi, UMKM menjadi pilar utama dalam penyerapan tenaga kerja dan berkontribusi secara dominan terhadap Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Keberhasilan UMKM ini tercermin dalam kemampuannya mengoptimalkan sumber daya alam dan tenaga kerja, terutama di beberapa sektor seperti pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, serta bisnis rumah makan.²

Untuk meningkatkan kinerja ekonomi melalui manajemen produksi, penting untuk memperhatikan perputaran pendapatan. Menurut Chaniago, pendapatan mengacu pada total pendapatan yang diperoleh dari penjualan barang ataupun jasa pada jangka waktu yang tertentu. Swastha, sebaliknya, mengartikan pendapatan sebagai akumulasi pendapatan dari kegiatan penjualan produk, barang, dan jasa dalam jangka waktu tertentu, diukur secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi. Dari penjelasan tersebut dapat kita simpulkan bahwa pendapatan penjualan meliputi seluruh pendapatan yang

² Sarfiah, Atmaja & Verawati, 2019, *“UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa”*, 138.

diperoleh dari penjualan suatu barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu, diukur dengan jumlah yang diperoleh.³

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh dari manajemen produksi terhadap omset penjualan sangat memberikan pengaruh karena berdampak langsung pada keuntungan atau laba yang dihasilkan. Kelancaran proses produksi memberi peluang lebih besar bagi perusahaan untuk mencapai tujuan, sementara masalah dalam produksi dapat menghalangi pencapaian tujuan tersebut. Pemilihan produk atau apa yang akan dijual oleh suatu perusahaan harus juga dipertimbangkan secara matang. Dan setiap pertimbangan dapat mencakup berupa manfaat dari produk, tantangan persaingan yang dihadapi, ada atau tidaknya produk substitusi, pasar yang akan menjadi target pasar, dan kemudahan konsumen untuk memperoleh produk dengan cara pendistribusian yang tepat guna menunjang keberlangsungan pertumbuhan ekonomi yang stabil.⁴

Pada saat ini pertumbuhan perekonomian mencakup seluruh usaha apapun yang dapat menghasilkan dari segi finansial salah satunya adalah *home industry*, termasuk *home industry* yang mengalami perkembangan secara pesat adalah *home industry* dan memproduksi kuliner ataupun makanan. Seperti halnya produsen kerupuk Usaha Dagang (UD) Sakadang.

³ Nissa Nurfitri, *Analisis Perbedaan Omset Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu* (Semarang: 2020), 4.

⁴ Agustina, Fransiska Dwi, 2019, *Analisis Manajemen Produksi Home Industry Ditinjau Dari Perspektif Manajemen Syariah (Studi Kasus Pada UD. Indonesia Kita, Kelurahan Kedondong, Kecamatan Bogor, Kabupaten Nganjuk)*, Skripsi, Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 3.

Home Industry kerupuk adalah salah satu pelaku industri yang berfokus pada produksi kerupuk. Sebagai industri kecil dan menengah (IKM), *Home Industry* kerupuk memiliki potensi untuk memberi kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan pengembangan produk pangan. *Home Industry* adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah.⁵ Di tengah tren ini, *home industry* kerupuk sebagai bagian dari industri kerupuk memiliki potensi besar. Namun, untuk mendukung pertumbuhan dalam jangka panjang, manajemen produksi yang efektif perlu diimplementasikan dalam peningkatan omsetnya.

Proses produksi kerupuk Sakadang ini dilakukan dengan cara tradisional dengan cara penggorengan dengan tungku api yang dimana selalu tersedia kayu bakar dan bisa menjadikan kerupuk Sakadang bisa dinikmati oleh para konsumen. Dengan cara pengolahan yang higienis dimana dalam proses pengolahan yaitu pada waktu penggorengan dengan menggunakan minyak tanpa curah atau minyak dengan kualitas yang terbaik dan menggunakan bahan bakar yang telah tertulis pada kalimat sebelumnya yaitu dengan menggunakan bahan bakar kayu dan menjadikan produk kerupuk Sakadang dengan kualitas yang baik dan dengan tanpa bahan pengawet. Adapun karyawan yang dipekerjakan pada *home industry* kerupuk Sakadang yaitu berjumlah 30 orang. Dari seluruh jumlah karyawan tersebut untuk 5 orang berada pada proses produksi yaitu pada proses

⁵ Robikah, Ani, 2018 “*Analisis Perilaku Produsen Home Industri Piring Lidi Di Desa Mojosari Kecamatan Kras Kabupaten Kediri Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam*”. Skripsi, Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, 14.

penggorengan dan 25 orang lainnya berada ataupun bertugas pada proses pengemasan kerupuk Sakadang. Dalam sehari produksi krupuk Sakadang bisa mencapai 3 kwintal. Dan terkait dengan pengurusan perizinan berusaha kerupuk Sakadang sudah mendapatkan legalitas yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB) dan Nomor Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) dengan nomor 2053506010524-27. Dan untuk perizinan sertifikasi halal masih dalam proses pengurusan dan penulis membantu dalam proses pengajuan sertifikasi halal karena diharapkan dengan pengurusan sertifikasi halal oleh penulis menjadi point tambahan untuk penulis dan memberi kebermanfaatan untuk Usaha Dagang (UD) Sakadang karena telah ada izin halal untuk edar secara resmi dari MUI. Islam mengatur dalam Al-Quran dan Hadist mengenai halal dan haram. Sehingga halal menjadi poin yang sangat penting dalam Islam.⁶

Produksi “Kerupuk Sakadang” diproduksi oleh *home industry* atau dapat diartikan sebagai industri rumahan dengan nama Usaha Dagang (UD) Sakadang. Dalam proses observasi berupa wawancara kepada pemilik Usaha Dagang (UD) Sakadang terkait dengan laba atau omset penjualan bersih sekitar Rp 48.750.000 per-bulan dengan sudah dikurangi dengan biaya produksi dan biaya untuk memberikan gaji pada karyawan yang bekerja di Usaha Dagang (UD) Sakadang. Usaha Dagang (UD) Sakadang ini mulai produksi setiap harinya dari jam 08.00 pagi – 17.00 sore. Dalam sistem pemasarannya Usaha Dagang (UD) Sakadang menjual 1 bungkus kerupuk dengan memasang harga Rp 1.200. Dalam sistem pemasarannya setiap harinya di UD. Sakadang ada sekitar 15 distributor dari berbagai daerah. Setiap distributor mengambil kurang lebih 500 bungkus. Para

⁶ Nasyi'ah, “Pelanggaran Kewajiban Pendaftaran Sertifikasi Halal,” 86.

distributor menjual kembali kerupuk Sakadang dengan harga Rp 1.700 dengan menitipkan di toko-toko kelontong atau menjual langsung kepada konsumen yang membutuhkan. Kemudian kerupuk Sakadang yang dititipkan di toko-toko akan dijual kembali oleh si pemilik toko dengan harga Rp 2.000 per-bungkus.

Dalam setiap usaha dagang apapun pasti memiliki kompetitor dengan usaha yang sama. *Competitors* atau kompetitor ialah merupakan suatu individu, bisnis maupun organisasi yang merupakan salah satu pesaing dalam kegiatan apapun. Salah satunya ialah kegiatan berbisnis.⁷ Maka dari itu untuk dijadikan pembanding peneliti mengambil data dari usaha dagang lainnya yang juga memproduksi krupuk. Yaitu ada 2 Usaha Dagang (UD) yang diambil oleh peneliti pertama yaitu Usaha Dagang (UD) Dua Putri dan yang kedua Usaha Dagang (UD) Jaya Sejahtera. Peneliti akan membandingkan dengan 5 poin utama yaitu kualitas produk, kualitas layanan, harga, penjualan dan omset bersih bulanan yang diperoleh dari masing-masing Usaha Dagang (UD) yang sama-sama memproduksi kerupuk. Ada 2 Usaha Dagang yang juga memproduksi kerupuk yang peneliti kaji sebagai data komparasi untuk memperlihatkan kelebihan mengapa peneliti lebih memilih Usaha Dagang (UD) Sakadang sebagai Lokasi penelitian yang tepat dan lebih objektif. Usaha Dagang yang pertama bernama Dua Putri dan Usaha Dagang Jaya Sejahtera. Berikut tabel data komparasi antar ketiga Usaha Dagang tersebut :

⁷ Fatyandri et al., "Analisa Kompetitor hingga Dinamika Kompetitif pada Bisnis Kafe Catarina," 221.

Tabel 1.1
Data Komparasi Usaha Dagang (UD) Sakadang

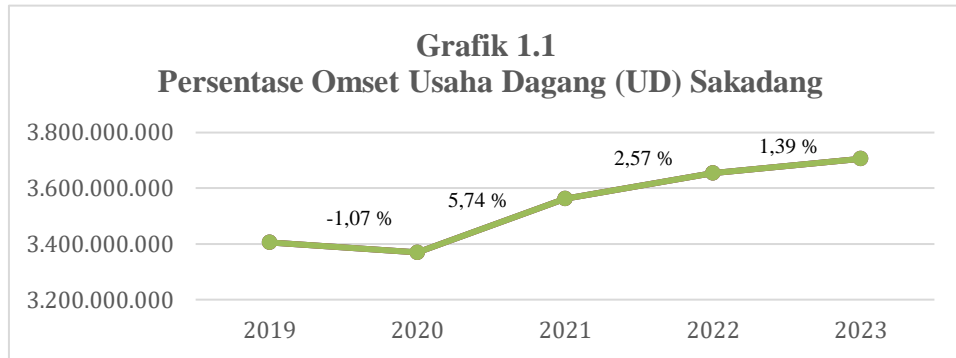
| No. | Klasifikasi | UD. Sakadang | UD. Dua Putri | UD. Jaya Sejahtera |
|-----|----------------------|--|--|--|
| 1 | Kualitas Produk | <ul style="list-style-type: none"> • Krupuk renyah dan tebal • Tanpa pengawet • Aroma krupuk netral • Memiliki cita rasa kerupuk yang enak | <ul style="list-style-type: none"> • Krupuk renyah dan tebal • Tanpa pengawet • Aroma krupuk netral | <ul style="list-style-type: none"> • Krupuk renyah dan tebal • Tanpa pengawet |
| 2 | Kualitas layanan | <ul style="list-style-type: none"> • Responsivitas penjual yang tinggi • Pengemasan yang higienis serta aman dan rapi | <ul style="list-style-type: none"> • Responsivitas penjual yang cukup baik • Pengemasan kurang rapi | <ul style="list-style-type: none"> • Responsivitas penjual yang kurang cepat • Pengemasan baik |
| 3 | Harga | Rp. 1.200 per-bungkus | Rp. 1.400 per-bungkus | Rp. 1.300 per-bungkus |
| 4 | Penjualan | Per-hari menjual sekitar 3 kwintal kerupuk | Per-hari menjual sekitar 2 kwintal kerupuk | Per-hari menjual sekitar 1,4 kwintal kerupuk |
| 5 | Omset Bersih Bulanan | Rp. 48.750.000 | Rp. 35.840.000 | Rp. 30.944.000 |

Dari tabel komparasi diatas dapat dijelaskan bahwa Usaha Dagang (UD) Sakadang memiliki klasifikasi usaha menengah. Harga jual kerupuk di Usaha Dagang (UD) Sakadang adalah Rp1.200 per bungkus. Dalam sehari, Usaha Dagang (UD) Sakadang mampu menjual kurang lebih 3 kwintal kerupuk. Pendapatan bersih bulanan Usaha Dagang (UD) Sakadang sekitar Rp. 48.750.000. Dan Usaha Dagang (UD) Sakadang berdiri pada tahun 1992. Sedangkan Usaha Dagang (UD) Dua Putri yang juga membidangi produksi

kerupuk memiliki kualifikasi usaha kecil. Harga kerupuk di Usaha Dagang (UD) Dua Putri adalah Rp. 1.400 per bungkus. Dalam sehari, Usaha Dagang (UD) Dua Putri mampu menjual kurang lebih 2 kwintal kerupuk dengan omset bersih bulanan Usaha Dagang (UD) Dua Putri adalah Rp. 35.840.000. Usaha Dagang (UD) Dua Putri berdiri pada tahun 2005. Kemudian yaitu Usaha Dagang (UD) Jaya Sejahtera merupakan usaha dagang yang memproduksi kerupuk dan berdiri pada tahun 2002 serta juga memiliki klasifikasi usaha kecil. Harga jual kerupuk di Usaha Dagang (UD) Jaya Sejahtera sendiri adalah seharga Rp. 1.500 per bungkus. Dalam, sehari Usaha Dagang (UD) Jaya Sejahtera mampu menjual kurang lebih 1,4 kwintal kerupuk. Dengan omset bersih bulanan Usaha Dagang (UD) Jaya Sejahtera adalah Rp. 30.944.000. Sebenarnya Usaha Dagang (UD) Dua Putri dan Usaha Dagang (UD) Jaya Sejahtera juga memiliki potensi yang sama untuk berkembang, namun kedua usaha tersebut juga perlu meningkatkan kualitas dari produk, perencanaan dan pengelolaan produksi serta target pasar ataupun strategi pemasarannya.

Berdasarkan data yang peneliti ambil dari Usaha Dagang (UD) Sakadang dan sesuai data yang ada, omset bersih bisnis tersebut mengalami fluktuasi pertumbuhan yang dikatakan stabil dalam cakupan lima tahun terakhir.⁸ Meskipun ada perubahan dalam omset dari tahun ke tahun, secara keseluruhan, pertumbuhan yang dialami tetap berada dalam rentang yang stabil. Omset sendiri adalah keseluruhan jumlah penjualan barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

⁸ Sumber Laporan Keuangan Usaha Dagang (UD) Sakadang dari tahun 2019 - 2023



Sumber : Laporan Keuangan Usaha Dagang (UD) Sakadang tahun 2019-2023

Pada tahun 2019, omset sebesar Rp. 3.405.650.000, kemudian menurun sedikit menjadi Rp.3.369.670.000 dikarenakan pada tahun tersebut ada pandemi wabah virus korona sehingga mengakibatkan penurunan omset di Usaha Dagang (UD) Sakadang pada tahun 2020. Pada tahun 2021, omset mengalami peningkatan yang cukup signifikan menjadi Rp. 3.563.000.000. Omset tersebut terus berlanjut pada tahun 2022 menjadi Rp. 3.654.530.000, dan mencapai Rp. 3.705.560.000 pada tahun 2023. Usaha Dagang (UD) Sakadang memiliki omset per harinya kurang lebih Rp. 10.000.000 sehingga dalam satu bulan Usaha Dagang (UD) Sakadang mendapatkan kurang lebih omset sebesar Rp. 3.000.000.000 dan pertahunnya Usaha Dagang (UD) Sakadang mendapatkan Rp. 3.600.000.000 dan angka omset tersebut mengalami kenaikan yang telah terpapar pada garfik sebelumnya. Sedangkan untuk pendapatan bersih dari Usaha Dagang (UD) Sakadang dalam perharinya kurang lebih Rp. 1.625.000. Nominal tersebut sudah dikurangi untuk biaya produksi dan gaji karyawan kurang lebih Rp. 8.375.000. Jadi perbulannya Usaha Dagang (UD) Sakadang mendapatkan pendapatan bersih kurang lebih sebesar Rp. 48.750.000. Sehingga Usaha Dagang (UD) Sakadang dalam satu tahun menghasilkan pendapatan bersih kurang lebih sebesar Rp. 585.000.000.

Hal-hal diatas sangatlah menjadikan ketertarikan bagi peneliti untuk dapat menjadikan Usaha Dagang (UD) Sakadang sebagai tujuan lokasi penelitian. Salah satunya yang menarik adalah omset bersih yang diperoleh oleh pemilik Usaha Dagang (UD) Sakadang dan tentunya dengan kualitas rasa dan kuantitas jumlah kerupuk yang sangat stabil. Pada proses manajemen produksi kendala yang didapati yaitu pada saat harga minyak naik sehingga bisa mengurangi kuantitas hasil produksi kerupuk Sakadang. Hal ini menunjukkan bahwa dalam manajemen produksi harus dipangkas lagi dengan perhitungan modal dan omset yang diperoleh. Kegiatan manajemen produksi sendiri ada beberapa tahapan yang harus dilalui seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian, dan evaluasi. Menurut data kegiatan manajemen produksi di Usaha Dagang (UD) Sakadang telah menerapkan tahapan-tahapan tersebut. Yang pertama ada perencanaan, bahwa Usaha Dagang (UD) Sakadang telah melakukan perencanaan produksi dengan baik dari mulai perhitungan modal sebesar Rp. 8.375.000 per hari yang sudah mencakup biaya produksi dan karyawan. Kemudian tahapan yang kedua ada pengorganisasian yang sudah terstruktur mulai dari pemilik, karyawan dan distributor. Lalu tahapan pengarahan yang dimana pemilik Usaha Dagang (UD) Sakadang sudah melakukan pengarahan terhadap karyawan dan distributor sehingga kegiatan manajemen produksi berjalan dengan baik. Kegiatan manajemen produksi berikutnya ada pada tahapan pengendalian atau *controlling* yang sudah dilakukan dengan memberikan arahan kepada bawahan agar pekerjaan sesuai dengan rencana yang disusun. Terakhir tahap evaluasi untuk meningkatkan program dimasa perencanaan dimasa mendatang, mengoptimalkan penggunaan

alokasi dana, memperbaiki pelaksanaan program serta mengidentifikasi factor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaannya.

Berdasarkan kalimat-kalimat, kata demi kata yang ditulis oleh peneliti. Maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Manajemen Produksi dalam Meningkatkan Omset Penjualan (Studi Kasus pada Home Industry UD. Sakadang)”**.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana penerapan manajemen produksi yang efektif dalam meningkatkan omset penjualan kerupuk Usaha Dagang (UD) Sakadang Desa Janti Kec. Papar Kab. Kediri?
2. Apa faktor pendukung dan penghambat manajemen produksi dalam meningkatkan omset penjualan pada usaha kerupuk Usaha Dagang (UD) Sakadang Desa Janti Kec. Papar Kab. Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan penerapan manajemen produksi yang efektif dalam meningkatkan omset penjualan kerupuk Usaha Dagang (UD) Sakadang Desa Janti Kec. Papar kab. Kediri.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambat manajemen produksi dalam meningkatkan omset penjualan pada usaha kerupuk Usaha Dagang (UD) Sakadang Desa Janti Kec. Papar Kab. Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis, yakni sebagai berikut:

1. Secara Teoris

Penelitian diharapkan untuk menambah wawasan ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi adalah sebuah kajian tentang pengurusan sumber daya individu, serta untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia.⁹ Terutama dalam bidang manajemen produksi. Selain itu bisa menjadi referensi terhadap penelitian penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan manajemen produksi dengan fokus utama pengaruhnya terhadap peningkatan omset atau pendapatan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan ataupun pengetahuan peneliti tentang manajemen produksi dan pengaruh dari manajemen produksi terhadap peningkatan omset di Usaha Dagang (UD) Sakadang. Melalui penelitian ini, peneliti akan mempelajari secara mendalam tentang konsep manajemen produksi, penerapannya dalam *home industry* Usaha Dagang (UD) Sakadang guna meningkatkan omset yang didapatkan serta tantangan dan peluang yang dihadapi.

b. Bagi Pemilik Usaha Dagang (UD) Sakadang

Penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan pemahaman pemilik Usaha Dagang (UD) Sakadang tentang manajemen produksi dalam peningkatan omset. Melalui penelitian ini, pemilik Usaha Dagang (UD) Sakadang akan memahami tentang konsep manajemen produksi, penerapannya, guna

⁹ Hendra Safri, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Palopo: Lembaga Penerbit Kampus IAIN Palopo, 2018), 9.

meningkatkan omset yang diperoleh serta tantangan dan peluang yang dihadapi. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada pemilik Usaha Dagang (UD) Sakadang tentang apa yang perlu diperbaiki dalam manajemen produksinya sehingga dapat meningkatkan omset dari Usaha Dagang (UD) Sakadang.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan pemahaman pembaca tentang manajemen produksi dalam meningkatkan omset penjualan. Manajemen produksi membahas mengenai masalah penentuan atau penggunaan mesin-mesin, alat-alat, *lay out* peralatan, dan cara-cara untuk memproduksi barang atau jasa agar kualitasnya baik.¹⁰ Hasil penelitian diharapkan bisa memberikan suatu informasi kepada pembaca tentang konsep, penerapan, serta manfaat manajemen produksi dalam meningkatkan omset dengan produk kerupuk.

E. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, diantaranya sebagai berikut:

1. “Manajemen produksi dalam meningkatkan pendapatan usaha kerupuk udang dan haruan Hj. Maspah di Kelurahan Kuin Utara Banjarmasin”.

Penelitian ini berfokus pada penerapan konsep manajemen produksi sebagai strategi untuk meningkatkan pendapatan. Latar belakang penelitian ini muncul dari adanya suatu kegiatan yang, pada tahap awalnya, melibatkan perencanaan untuk memastikan bahwa aspek-aspek terkait dengan pekerjaan

¹⁰ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen*, 22.

dapat dioptimalkan, sehingga menghasilkan hasil yang maksimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hj. Maspah telah berhasil menerapkan sistem produksi, pengendalian mutu produksi, dan sistem informasi produksi yang efektif.¹¹

2. “Manajemen produksi UD. Affan Al-Badri Balongmojo Puri Kabupaten Mojokerto dalam perspektif produksi Islam”.

Dalam penelitian ini, konsep manajemen produksi diterapkan dengan merujuk pada prinsip perspektif produksi Islam. Usaha Dagang (UD) Affan Al-Badri, dalam melakukan produksi, telah mengikuti sebagian prinsip produksi Islam, seperti menghindari penimbunan barang, tidak memproduksi atau menjual barang yang tidak layak, dan memperhatikan keberlanjutan lingkungan serta sumber daya produksi. Untuk meningkatkan manajemen produksi di Usaha Dagang (UD) Affan Al-Badri, diperlukan perbaikan dalam penerapan fungsi manajemen pada proses produksi, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan implementasi sistem manajemen mutu.¹²

3. “Analisis Manajemen Produksi Home Industry ditinjau dari Perspektif Manajemen Syariah (Studi Kasus pada UD. Indonesia Kita, Kelurahan Kedondong, Kecamatan Bagor, Kabupaten Nganjuk)”.

Pada penelitian ini menghasilkan catatan bahwa Usaha Dagang (UD) Indonesia Kita telah merencanakan dan memasarkan produk "bawangita" dengan baik. Meski begitu, pengaturan internal masih kurang efektif. Pengawasan terhadap karyawan kurang optimal, dan pemimpin belum

¹¹ Nur Nina, *Manajemen produksi dalam meningkatkan pendapatan usaha kerupuk udang dan haruan Hj. Maspah di Kelurahan Kuin Utara Banjarmasin*, UIN Antasari Banjarmasin, 2023.

¹² Nana Insyania, *Manajemen produksi UD. Affan Al-Badri Balongmojo Puri Kabupaten Mojokerto dalam perspektif produksi Islam*, IAIN Kediri, 2020.

mampu menerapkan nilai-nilai keimanan dalam fungsi pengawasan. Meski demikian, perencanaan dan kepemimpinan sudah mencerminkan nilai-nilai keimanan. Meskipun pengorganisasian sudah menerapkan prinsip-prinsip syariah, masih ada kesulitan karena ada tugas yang tak terstruktur oleh pimpinan seperti halnya pada saat para tenaga kerja bekerja mereka mengambil bawang merah untuk dijadikan bahan masakan di rumah masing-masing. Tetapi pimpinan tidak memarahinya karena hasil produksi tetap berjalan dengan lancar.¹³

4. “Manajemen Produksi *Home Industry* Kerupuk Rejo dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Home Industry Kerupuk Rejo Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)” oleh Farah Mei Utia Wati, IAIN Tulungagung, 2018.

Pada penelitian ini pengimplemetasian Manajemen Produksi ada pada *Home Industry* Kerupuk Rejo. Dalam penelitian ini menggunakan sudut pandang Ekonomi Islam yang dinamakan *Home Industry* Kerupuk Rejo belum memenuhi prinsip-prinsip dari Ekonomi Islam. Dan untuk kelemahannya terdapat pada proses produksinya yang belum menggunakan mesin pengering dan hal ini dapat menurunkan kualitas produk saat musim hujan tiba. Dan belum mengantongi perizinan resmi dengan alasan belum membuat perizinan ke dinas terkait.¹⁴

¹³ Fransiska Dwi Agustina, *Analisis Manajemen Produksi home Industry ditinjau dari Perspektif Manajemen Syariah (Studi Kasus pada UD. Indonesia Kita, Kelurahan Kedondong, Kecamatan Bagor, Kabupaten Nganjuk)*, IAIN Kediri, 2019.

¹⁴ Farah Mei Utia Wati, *Manajemen Produksi Home Industry Kerupuk Rejo dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Home Industry Kerupuk Rejo Desa Tanjungsari Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung)*, IAIN Tulungagung, 2018.

5. “Manajemen Produksi Usaha Mebel Di Kecamatan Jekan Raya” oleh Khairunnisa, IAIN Palangkaraya, 2018.

Dalam penelitian ini, terungkap bahwa salah satu masalah manajemen produksi yang berkaitan dengan sumber daya manusia (SDM) adalah ketidakcukupan bahan baku, khususnya kayu, yang menjadi hambatan dalam produksi mebel. Selain itu, kekurangan karyawan juga memiliki dampak signifikan pada proses produksi. SDM sangat penting dalam manajemen produksi mebel untuk memenuhi permintaan konsumen. Dengan keberadaan tenaga kerja yang memadai, proses produksi menjadi lebih, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan mebel tersebut.¹⁵

Keunikan dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang terpapar pada tulisan sebelumnya adalah penelitian ini mengungkap keberhasilan UD Sakadang dalam menerapkan manajemen produksi yang efektif untuk meningkatkan omset penjualan kerupuk. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal dan peran karyawan yang kritis, seperti yang ditunjukkan oleh Dimas dalam penggorengan, UD Sakadang berhasil mempertahankan kualitas produk sambil menyesuaikan strategi harga sebagai respons terhadap perubahan biaya bahan baku. Ini menunjukkan adaptasi bisnis yang fleksibel dan komitmen yang kuat terhadap kualitas, memberikan wawasan berharga bagi pemilik usaha kecil dan menengah dalam menghadapi dinamika pasar.

¹⁵ Khairunnisa, *Manajemen Produksi Usaha Mebel Di Kecamatan Jekan Raya*, IAIN Palangkaraya, 2018.